

AI meets creativity

IA encontro com a criatividade

3.02.2023 HOHAD
18H - 23H LISBOA

ADCE WINNERS
Portugal Night

TERTÚLIA CCP
Trabalho e Conhaque

© Clube da Criatividade
Portugal



ADC*E

ESPORÃO
MAIS. DEVAGAR.



MARKETEER
Estratégia, Marketing & Negócios





AI Meets Creativity/ IA: encontro com a criatividade

Overview

O que a Inteligência Artificial (IA) significa para os criativos? O uso da IA na indústria criativa é emergente e com ela vêm diferentes abordagens e desafios. Pode a IA substituir o trabalho dos criativos ou pode aprimorar os seus processos individuais e de equipa? Aproximando-se um futuro abundante em possibilidades e que desafia o impossível, muitas são as questões e poucas as certezas sobre a forma como a IA pode alterar o rumo e paradigma do trabalho e das profissões criativas, se as vai substituir ou se é uma boa aliada.



Oradores

Mika Matikainen, Diretor Criativo e Co-Fundador da Paloceras

Chacho Puebla, CCO e Co-Fundador da Felicidad



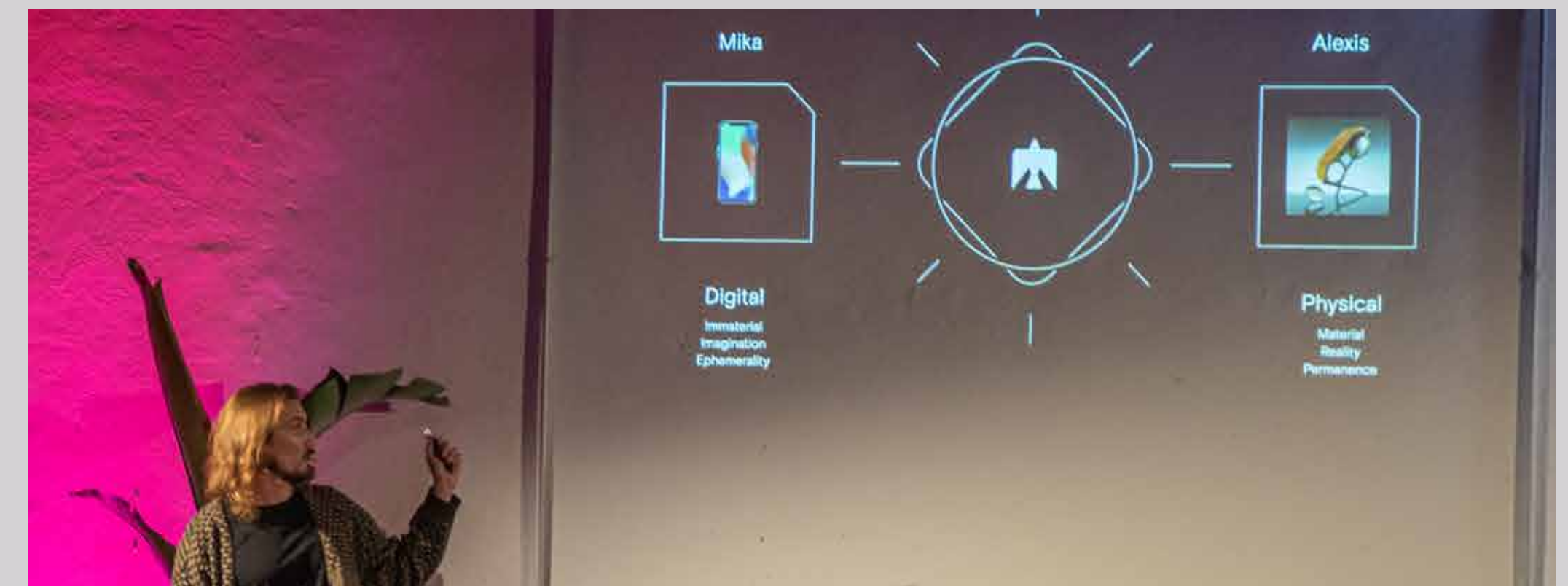
IA como parte da equipa de trabalho/ Mika Matikainen

Mika Matikainen, designer multidisciplinar, diretor criativo e co-fundador da Paloceras, abre a tertúlia com duas questões dirigidas à audiência. Quem dali trabalha em indústrias criativas? E quem já utilizou IA no seu trabalho criativo? Muitos são os braços que se fazem ver. As ferramentas de IA são já conhecidas por quase todos, como o Chat GPT, “um *chatbot* treinado para seguir uma instrução num *prompt* e fornecer uma resposta detalhada”.

Segue-se o exemplo de uma pergunta feita ao Chat GPT: “Faz-me um esboço para um discurso de 20 minutos sobre IA na criatividade para um público que trabalha maioritariamente em indústrias criativas”; a resposta surge numa questão de segundos, mas não é esse caminho que se pretende seguir para esta apresentação.

Mika Matikainen parte para a partilha de como esta e outras ferramentas são utilizadas na sua empresa, criada em

parceria com o *designer* Alexis Perron, com quem se cruzou na Suíça enquanto estudavam, ambos designers vindos de diferentes *backgrounds* (Mika na vertente digital e Alexis no físico), e juntos co-fundam a Paloceras. O mote da jovem empresa transcreve-se “*a high-end design powerhouse with a digital DNA*” e pretende criar produtos icónicos na vanguarda da imaginação e da realidade, no âmbito do design de produto e moda. Iniciou-se com a desenvolvimento de uma coleção de óculos de sol, optando por um processo de



criação diferente, de modo a contrariar a morosidade do processo habitual (escolha de materiais e de artífices, modelagem e prototipagem) que pode durar largos meses, não garantindo que haja interessados em adquirir o produto final.

O processo criativo da Paloceras começa no mundo digital, a partir da criação de várias ideias “selvagens” obtidas com a ajuda de ferramentas de IA e, quando algo interessante surge, a ideia é resgatada e trazida para o mundo físico. Uma das ferramentas utilizadas é o DALL.E, “um modelo de aprendizagem profundo que gera imagens digitais a partir de descrições em linguagem natural, chamadas de ‘*prompts*’”. Segue-se mais um exemplo, “*/imagine* o Elton John a jogar ténis na década de 1980 enquanto veste um casaco de circo da semana de moda”, clica *enter*. O DALL.E responde com imagens dinâmicas de cores garridas, ainda que com alguns erros na sua composição. Mika refere que “o DALL.E para

nós funciona quando queremos ideias rápidas e de baixa fidelidade” e é dessa forma que **integram a ferramenta como parte do processo de criação, na fase inicial de descoberta de ideias e na procura de inspiração.** *Frames* de formas genéricas dos óculos são inseridos no programa, gerando várias propostas de formatos, posteriormente trabalhadas em programas 3D.

Numa procura de ideias mais rebuscadas e inovadoras, segue-se o uso do Midjourney, outra ferramenta que, à semelhança do DALL-E, gera imagens a partir de *prompts*.



Com o mesmo *prompt* acima descrito, o Midjourney cria várias propostas com resultados mais realistas, detalhados e de melhor qualidade. Ajustando-se o *prompt* com detalhes específicos, desenvolve-se ainda mais as imagens. Com estas experiências, no caso concreto da coleção de óculos de sol desenvolvida pela Paloceras, a Midjourney criou uma série de imagens de modelos originais, que serviram de inspiração para os modelos criados posteriormente, primeiro na prancheta de desenho, e depois nos programas 3D (agora sem o uso de IA).

No caso da Paloceras, como refere Mika Matikainen, **é sempre necessário iniciar o processo com a ideia base para a criação** da coleção. Segue-se a utilização da IA como ferramenta de pesquisa para gerar ideias, inicialmente com o Chat GPT e o DALL-E, que auxiliam a definição do problema e da área de foco, passando para o uso do Midjourney, no desenvolvimento de potenciais respostas e entrega de

soluções que resultam. Estas ferramentas integram o espaço de colaboração criativa da empresa, juntamente com os profissionais da mesma.

“Vejo a IA como uma mente estendida de nós próprios”

conclui Mika, numa reflexão sobre a forma como a IA pode ser utilizada para melhorar as habilidades que circundam aquela que é a nossa experiência principal - e a que mais gostamos de fazer - de forma a otimizá-la ao máximo.



Mais perguntas que respostas/Chacho Puebla

Para Chacho Puebla, redator, co-fundador e CCO da Felicidad, um coletivo criativo e estratégico com foco social e ambiental, todos devíamos rodear-nos principalmente de questões. Começou a utilizar ferramentas de IA há um ano atrás, após um telefonema entusiasta de um amigo: “Já viste o Midjourney? Conecta-te agora, e eu espero por ti!”. “É completamente inacreditável”, foi a sua reação, que se seguiu de oito dias sem dormir, a explorar e a ver todas as imagens que tinha cabeça, explicando, “sou um redator, não sou um *designer*, tento fazer coisas mas não sou bom.” Essas ideias começaram a ganhar forma com o Midjourney (como, por exemplo, ver uma imagem de Cristo a sorrir - uma curiosidade que tinha desde criança).

Gera-se um primeiro pensamento: “muitas pessoas acabaram de perder o emprego”. Conclui, “não é que a IA vá

roubar trabalho. As pessoas que usam a IA é que vão roubar o trabalho.” Chacho Puebla faz o paralelismo ao aparecimento dos computadores e da internet, que resultou na adaptação e desaparecimento de cargos, e a necessidade dos profissionais se manterem atualizados. Resgata a história de Kasparov e do Centauro, onde Kasparov perde o jogo de xadrez contra o programa Deep Blue, por si criado, levando-o a investigar a ideia de criar uma parceria entre a inteligência humana e artificial. **Quando um humano e um computador**



jogam contra um computador, o homem e o computador vencem. Um humano e um computador juntos são melhores que dois computadores.”, conclui. “Essa é a ideia do Centauro.”

Segue-se uma segunda reflexão: habilidades vs critério. “O que o computador faz são as habilidades. **Nós achamos que as habilidades são o que fazemos, mas o mais importante é o nosso critério. A máquina não tem critério, não sabe o que é o melhor para nós.**” A primeira conclusão de Chacho Puebla é que se nos unirmos à IA somos melhores. A questão principal é: quem és tu? “Como sempre, a mudança assusta os conservadores”, remata. Num mundo em constante mudança, os conservadores ficam para trás e a adaptação tornar-se-á mais difícil: “não é fácil aprender a pensar de forma diferente. Temos que nos esforçar mais em compreender como nós pensamos, como organizamos os nossos pensamentos.”

Chacho introduz mais uma ideia: **quanto mais a tecnologia assume os nossos papéis, mais espirituais nos tornamos.** E com ela, muitas questões. “Somos o que fazemos? Se a máquina faz o que tu fazias, deixas de existir? Já não és válido porque a máquina faz melhor que tu, mais rápido que tu, sem se queixar e questionar? Então, o que és tu? Qual o nosso real valor enquanto humanos?” Conclui, “eu não tenho as respostas, apenas lanço estas questões pois são aquelas que faço a mim mesmo”. A necessidade de questionar surge por estarmos a enfrentar algo nunca antes visto, e esse questionamento faz parte do caminho a percorrer.

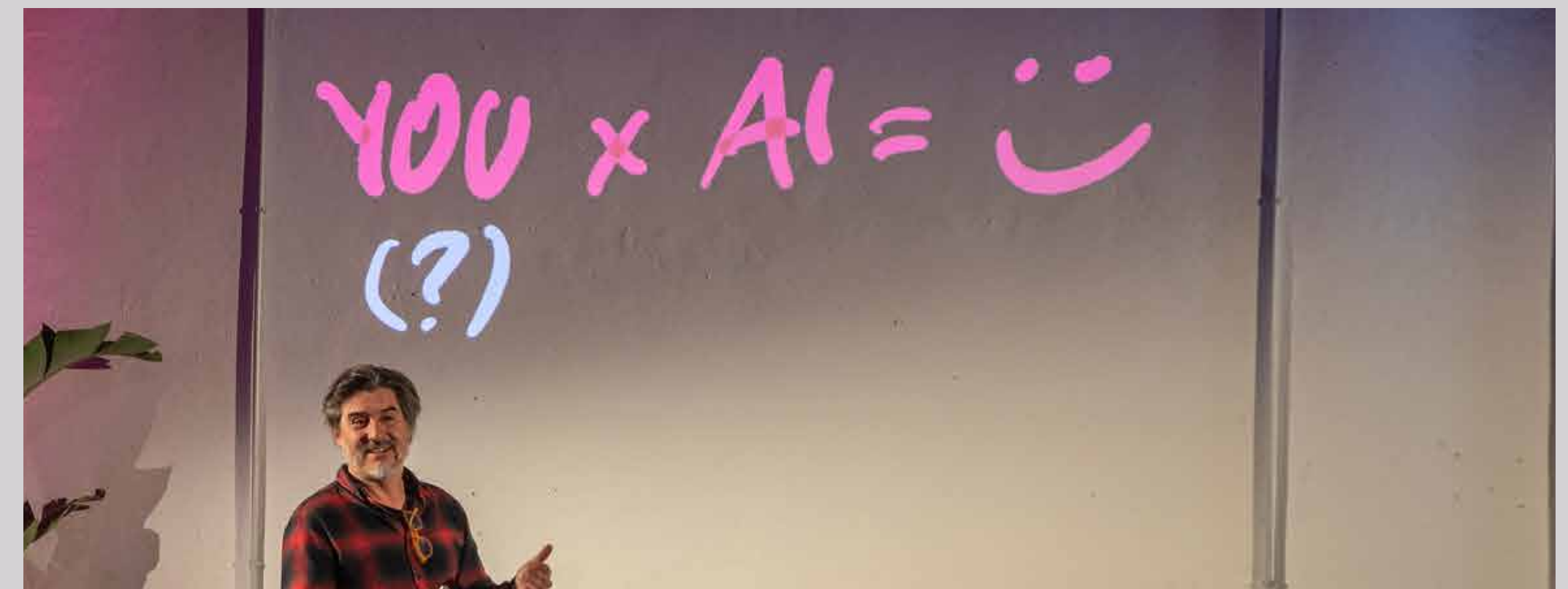


O facto da IA nos dar soluções no imediato, deixa-nos sem desculpas. “Posso fazer tudo agora, **não existe barreira na minha imaginação**”, refere. Com isso, deixam de existir zonas de conforto. Uma vez mais “os que não estão habituados a estar fora da zona de conforto, estão tramados”. E onde ficam os especialistas? “Faz sentido continuar a ser especialista em alguma coisa se o computador o vai fazer melhor que nós?”

Depois do rol extenso de perguntas, Chacho Puebla passa às conclusões. A primeira é “*just jump!* Apenas vai em frente”. Sublinha a importância de não ter medo de experimentar e de compreender estas ferramentas¹, como o Chat GPT, o Midjourney ou Copy.Ai. “Eu uso muito o Copy.ai, sobretudo para ideias”, explica, acrescentando os exemplos dos *briefs* que inseriu como premissa e as ideias inovadoras geradas pela IA. “Quando mostrei isto a outro diretor criativo, ele ficou contemplativo a observar as ideias que a máquina estava a escrever e eu disse-lhe: ‘Sei no que estás a pensar. Quem é

que vais despedir?’” Remata: “Isto vai matar a mediocridade. Infelizmente, é o que eu antevejo.”

Para terminar a apresentação e abrir a discussão, deixa uma reflexão ao público presente: “Somos a terceira geração que confronta algo que é gigantesco, que vai eliminar profissões, que pensa melhor e mais rápido que nós. O que vamos fazer com isso?”



¹Consultar <https://www.futurepedia.io/> para ver todas as ferramentas disponíveis de IA



Tem a palavra o público

As apresentações são bem acolhidas, ainda que com alguma apreensão, pela numerosa plateia que enche a sala do The House of Hope and Dreams, em Lisboa. Apesar de conhecida grande parte destas ferramentas de inteligência artificial, as incertezas sobre a forma como vão afetar as profissões e o dia-a-dia são ainda enormes, sobretudo junto dos profissionais com carreiras mais jovens. As opiniões são diversas e algumas questionam e contradizem o entusiasmo dos palestrantes. Susana Albuquerque, presidente do Clube, junta-se aos oradores em palco, para moderar a conversa.

As máquinas finalmente perceberam como nos perceber inteiramente: esta é a grande revolução

João Fernandes, diretor criativo e consultor de *user experience*, é o primeiro a intervir na discussão, realçando que a grande mudança que traz a IA é a forma como passamos a interagir com as máquinas. “O que penso é que as máquinas finalmente perceberam como nos perceber inteiramente.” Acrescenta que esta é também uma forma de revolução semântica, pois, pela primeira vez, podemos utilizar linguagem muito natural. Reforça esta ideia comparando-a com o Google: “Nós utilizamos o Google de uma forma não muito natural.



A forma como escrevemos o nosso critério de pesquisa, mesmo que inconscientemente, é já alterado para se adaptar ao algoritmo; para que resulte.” Com as ferramentas de IA, conclui, não precisamos de fazer isso pois reagem à escrita de forma muito sensível, gerando “uma revolução na *interface*”. Partilha um exemplo muito anterior, relativo a um projeto criado por Bill Gates, anos antes de deixar a Microsoft, chamado de “Microsoft Speech Labs”, onde investiu muito no registo e síntese dos idiomas falados em todo o mundo, através do envio de equipas para os gravar, numa missão de cariz muito antropológico. “Nessa altura disse (Bill Gates) algo muito interessante: ‘**a *interface* perfeita é a linguagem natural**’, não o teclado, mas sim as palavras faladas da forma mais natural e conveniente”. Para Fernandes, é isso que torna a IA tão popular, o facto de ser fácil de utilizar, melhor do que tudo o que surgiu antes, e não apenas a extensa coletânea de dados.

João Fernandes, Diretor Criativo e Consultor de *User Experience*; Diretor de Digital, NOSSA



Fascinante até se tornar chato

O fotógrafo Frederico van Zeller foi pioneiro na utilização da IA na publicidade em Portugal. Em fevereiro deste ano, o seu trabalho para o festival de música Lisb-On foi capa da revista Lürzer's Archive, precisamente por usar imagens geradas pela IA, e constata que a integração destas ferramentas no seu trabalho tem dado projeção ao seu trabalho.

Quando descobriu a IA, a reação às imagens geradas pela IA foi semelhante à de Chacho Puebla “isto é absolutamente incrível!”, partilha. “Desenvolvemos sete cartazes para um festival de música e foi uma campanha muito boa”. No entanto, uma coisa que o impressionou também foi a rapidez com que se cansou das imagens geradas pela IA. “Penso que estávamos a usar o primeiro algoritmo, e esse era mesmo interessante. Assim que mudaram para o segundo e terceiro algoritmos, perderam o erro, perderam a sujidade, uma espécie de alma que o primeiro algoritmo tinha e que era, de facto, atraente. Não me identifico com os seguintes. Parei na segunda versão porque me cansei de todas as imagens.” Segundo van Zeller, tudo tem a mesma estética. **“Todas as imagens que vejo, imediatamente reconheço que são de IA, o meu olho já sabe como as identificar.** Às vezes surpreendo-me, mas geralmente tudo tem as mesmas cores, os mesmos enquadramentos, a mesma composição. Está a tornar-se chato”. Lembra que o que o fascinou na primeira versão foram os resultados inesperados. “O conceito da campanha que fiz misturava artistas com natureza e uma cor



específica. Cada resultado foi completamente diferente e louco, e isso foi incrível. Tentei há pouco tempo usar os mesmos *prompts* nas versões recentes e não gostei. Se tivéssemos que utilizar a versão quatro, não teríamos feito a campanha.”

Frederico van Zeller, Fotógrafo



Em que se devem focar os jovens criativos?

O redator Francisco Vale junta-se à conversa concordando com o ponto de vista apresentado por Frederico van Zeller. Num cenário menos animador, acrescenta a sua perspetiva enquanto profissional em início de carreira. Para os juniores, a sensação vivida é de que “ainda não tivemos tempo de nos tornarmos bons em nada”. Prevê-se que a IA continue a melhorar num crescimento exponencial e “vai eventualmente ultrapassar qualquer habilidade que tenhamos”, partilha. “Por esse motivo, porque nos devemos especializar?” Esta preocupação é transversal a muitos jovens, à qual apresenta também uma possível resposta: “tornarmo-nos melhores a gerar bons conceitos.” Acrescenta que “um bom conceito origina uma boa ideia, mas muitas más ideias são salvas pelo bom *craft*. **Tendo agora ferramentas que ajudam a ter melhor *craft*, os conceitos tornam-se ainda mais importantes.**” Termina a intervenção, lançando a questão “onde, e em quê, deve um jovem criativo focar-se?”.

Chacho Puebla responde, realçando a importância de ter um ponto de vista: “as máquinas não têm ponto de vista, isso é único e irreproduzível.” E remata: “Se te livrares das tuas ferramentas, quem és tu? A IA permite-nos ter tempo para pensar nisso. A IA amplifica quem tu és.”

Francisco Roque do Vale, Redator, Uzina



Custo *versus* valor

João Vitória, diretor criativo, professor e escritor, considera que há duas formas para olhar para tudo isto, ora a partir de uma mentalidade de sobrevivência ou de uma mentalidade de crescimento. “Estas ferramentas não irão desaparecer e devemos aprender a lidar com isso”. Estando atualmente a escrever para televisão, partilha a forma como o Chat GPT já o ajudou na avaliação de um produto “foi rígido, mas trabalhável”, dando-lhe mais tempo para ser criativo e trabalhar na entrega. Na sua perspetiva, **essa é a principal utilidade destas ferramentas: deixar mais tempo livre para aprimorar o trabalho e ser mais criativo**. Chacho Puebla concorda com a intervenção, mas alerta que para isso realmente acontecer, temos todos que fazer o esforço de dizer “se tenho duas horas para fazer isto, vou utilizar as duas horas”. Dessa forma, o Chat GPT pode ser utilizado para fazer certa tarefa mais demorada num minuto, de forma a libertar tempo para outras, como polir o trabalho, por exemplo. E alerta que “o que vai acontecer é que as empresas vão dizer ‘tens dois minutos’ ou ‘tens três minutos para fazer isto’ e a máquina faz”. Remata: “os *robots* devem fazer-nos poupar tempo para que possamos dedicar-nos a outras coisas”. Em modo de conclusão, João Vitória acrescenta: “Custo e valor são coisas diferentes. Provavelmente a IA é eficiente no custo e os criativos são eficientes no valor”.

João Vitória, Fundador e Diretor Criativo da SHKR, Professor e Escritor



Mais rapidez, mais pressão

A *designer* gráfica Ana Mendes concorda que ter mais tempo para se ser criativo é uma vantagem, mas que esta é uma área muito exigente e com muita pressão. **“Assim que o cliente perceber que precisamos de menos tempo para fazer qualquer coisa, isso não vai aumentar a pressão e a exigência naquilo que temos que fazer?”**

“Absolutamente”, responde Chacho Puebla, reforçando que é crucial que se utilize os tempos previstos para melhorar as propostas originadas pela IA e não repetir os mesmos erros cometidos com outras ferramentas. Susana Albuquerque acrescenta “a questão é que com as mesmas ferramentas, tanto tens pessoas que fazem coisas incríveis, como pessoas a fazer coisas chatas”. Chacho defende que, neste caso, se trata-se de algo totalmente novo, que não é comparável a ferramentas como o Word, Illustrator ou Photoshop. É uma abordagem totalmente nova.

Ana Mendes, *Designer Gráfica*



Do excecional ao *mainstream*

Beatriz Pinto é diretora de arte e questiona se a utilização de IA, sobretudo no âmbito da publicidade, não está de momento a tornar-se prosaica. “Nós, enquanto criativos, estamos sempre à procura da coisa mais recente, da mais criativa e nunca antes vista.” Estando a IA a tornar-se *mainstream*, “toda a gente já conhece, especialmente nas campanhas, toda a gente já usa IA”, utilizar IA já não é uma inovação. Refere-se aqui sobretudo às imagens geradas pelo Midjourney enquanto resultado final: **“Usar como uma ferramenta como usamos o Google, claro que vai perdurar, mas usar como produto final já não é criativo”**.

Beatriz Pinto, Diretora de Arte, Uzina



Talvez conseguisses fazer melhor que a IA

O diretor criativo Pedro Pires questiona o esquema de colocar a IA no início do processo, como se verificou na apresentação feita pelo Mika Matikainen. Constata que a IA é alimentada pela produção humana, milénios de criação de textos e de imagens, mas, se formos extremistas e assumirmos que a IA vai sempre fazer melhor que os próprios humanos, então a produção humana vai ser menor. “Por isso a IA estará a alimentar-se a si mesma”, conclui. “O que acham sobre isso? Diriam aos criativos ‘parem, não usem mais isso. Vai primeiro ao papel!’” Dirigindo-se aos oradores convidados, interroga se “no processo de criação, vão imediatamente à IA ou usam a cabeça primeiro e depois, sim, vão às ferramentas de IA?”

As respostas diferem - Mika Matikainen primeiro reúne referências, rabisca-as e depois utiliza a IA, já Chacho Puebla faz ao contrário: “O que eu trago para a mesa já é um *remix*” e sublinha que não há nada hoje em dia, que seja verdadeiramente original, mas sim um aglomerado de referências pré-existentes, ao qual Susana Albuquerque acrescenta “é como um processo de *brainstorm*”. Chacho enumera mais uma vantagem destas ferramentas: “a IA quebra o medo de começar”. Para Pedro Pires, isso significa que **assim acaba a originalidade**, assumindo-se que ‘original’ refere-se à produção humana. “Nunca pensas no que podes estar a perder? Talvez tu conseguisses fazer melhor que a IA.”

Pedro Pires, Escritor/ Autor, Poets & Painters, e CEO/CCO, Solid Dogma



Uma boa ferramenta, uma grande comodidade

Susana Albuquerque passa a palavra ao artista e *designer* Carlos Guerreiro, desafiando-o a falar sobre a ideia de autoria. “A IA é uma grande ferramenta, mas é também uma grande comodidade.” Salienta que não nos devemos esquecer do que se trata de “negócios de bilhões de dólares, com muitos interesses, e os *tokens* utilizados são selecionados. Se tentarmos integrar alguns artistas, eles nem aparecem”.

Neste sentido, reforça que precisamos de manter o pensamento crítico. Guerreiro utiliza a IA no processo artístico, que se desenvolve entre vários meios, e é usada para criar modelos simples. Para isso considera uma grande ferramenta, mas não a considera uma boa ferramenta para o pensamento. Resgatando uma ideia que ouviu num *podcast*, menciona: “na IA não tens um génio, mas um monte de idiotas a trabalhar para ti.”

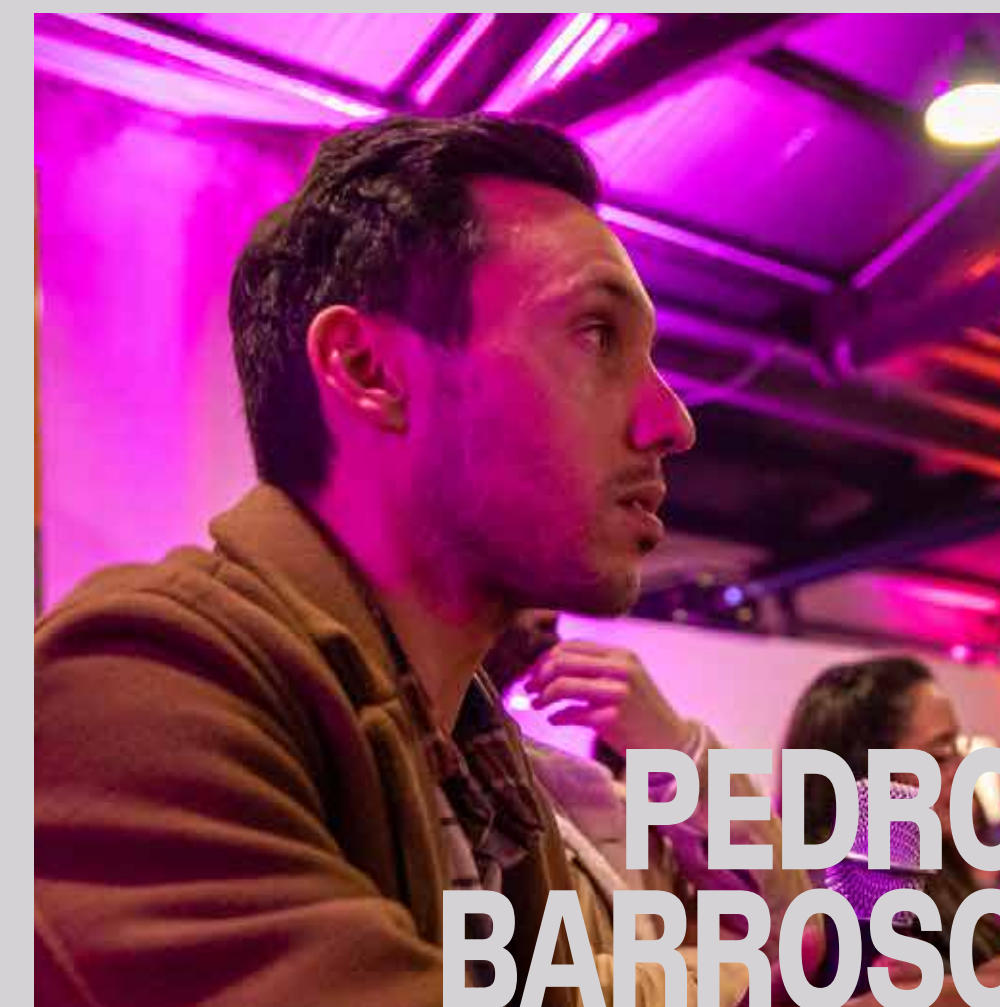
Carlos Guerreiro, Artista e *Designer*



Uma ameaça ou apenas uma mudança?

O diretor de arte Pedro Barroso pega na ideia de autoria do projeto e deixa a reflexão: “A quem pertence o trabalho, quando a IA é usada como produto final?”

Pedro Barroso, Diretor de Arte, Uzina



Uma ameaça ou apenas uma mudança?

O Guilherme Vasques em breve será “um redator com um emprego” e não considera que a IA seja uma ameaça, mas que definitivamente traz mudança e adaptações, como já aconteceu repetidas vezes na História. Com todo o tempo ganho, oportunidade e mudança consequentes da IA, introduz a questão: “O ser humano vai continuar a perseguir padrões estéticos ainda mais elevados e a seguir na onda com a IA até ao infinito - como o exemplo do Centauro do Kasparov - ou estará para sempre à procura de ser o mais humano possível, apenas com uma perna na IA?”

Guilherme Vasques, Redator, FunnyHow



Tertúlia CCP: “AI Meets Creativity/ IA: encontro com a criatividade”

A tertúlia realizou-se no dia 3 de fevereiro, no espaço LOHAD. Jantar com assinatura do Chef Vitor Adão, do restaurante Plano.

Obrigado a todos os participantes: Alexandre Montenegro, Alexandre Tiago, Alexis Perron-Corriveau, Ana Carvalho, Ana Mendes, André Sentieiro, Annina Huhtala, António Silva, Beatriz Pinto, Carlos Guerreiro, Carlos Matias, Carolina Cunha, Carolina Pinheiro, Catarina Baguinho, Chacho Puebla, Daniel Caeiro, Diogo Conceição, Dulce Alves, Ema Caetano, Erika Barra, Fernando Silva, Filipe Macedo, Filipe Mesquita, Filipe Santos, Francisca Pedra Soares, Francisco Vale, Fred Ferreira, Frederico van Zeller, Edgar Ferreira, Giampietro Zanon, Guilherme Carvalho, Guilherme Vasques, Gustavo Cavalheiro, Henrique Santos, Iliia Anufrienko, Inês Cunha, Joana Carvalho, Joana Cavaleiro, João Campos, João Fernandes, João Madeira, João Marques, João Navarro, João Vitória, Judite Mota, Luís Alvoeiro, Luís Amado, Luís Borges, Luís Costa, Luís Mileu, Luísa Villas Boas, Mafalda Portal, Mafalda Quintela, Marcelo Lourenço, Mariana Trindade, Mariia Kochurenko, Mário Mandacaru, Marko Rosalline, Marta Reis, Mauro Carmelino, Miguel Marques, Mika Matikainen, Nuna Martins, Nuno Alberto, Nuno Leal, Paulo Calazans, Pedro Barroso, Pedro Bexiga, Pedro Duarte, Pedro Ferreira, Pedro Lavinha, Pedro Lima, Pedro Mesquita, Pedro Pires, Pedro Silva, Ricardo Cabral de Melo, Ricardo Sequeira, Rita Bastos, Rosário Pedrosa, Sandra Costa, Sandra Melo, Sara Costa, Sérgio Henrique Santos, Sérgio Lobo, Steven Gillon, Susana Albuquerque, Susana Nascimento, Tamiris Montenegro, Teresa Pinto Leite, Veronika Seleha, Welzimar Silva, Pedro Santos, Patrícia Santos, Raquel Silva, Fred Pasas, Diogo Trabuco

Resumo da conversa realizado por Mafalda Teles.



ORGANIZAÇÃO



COORGANIZAÇÃO



AGRADECIMENTOS

